

## Nau! arriva anche in Iran

Con il nuovo punto vendita, situato all'interno di uno dei centri commerciali più importanti di Teheran, si rafforza il posizionamento internazionale del brand di occhiali con negozi, già presente all'estero con sette punti vendita



Nau! ha inaugurato il suo primo store (*nella foto*) in Iran, nella capitale, proseguendo così il percorso di internazionalizzazione che prevede, nel corso di quest'anno, ulteriori aperture sui mercati esteri. «Nau! ha scelto Teheran, simbolo dello spirito di rinnovamento che anima il paese, perché, con la sua popolazione di oltre 8 milioni di abitanti, è una delle capitali emergenti più interessanti a livello mondiale – si legge in una nota della società di Castiglione Olona - In particolare il Golestan Shopping Center, dove sorge lo shop Nau!, è uno dei centri commerciali più importanti della capitale iraniana, sede dei più prestigiosi brand e punto di riferimento dello shopping». Lo store (*nella foto*), aperto dal Master Franchisee Nau! per l'Iran, si sviluppa su una superficie di 100 metri quadrati e ha due vetrine.

Il nuovo punto vendita va ad aggiungersi, a livello internazionale, a quello di Barcellona, ai due store di [Madrid](#), ai tre negozi presenti in India, a [New Delhi](#), e al corner di [Miami](#).

## Opti 2018: layout rivoluzionato con il quinto padiglione

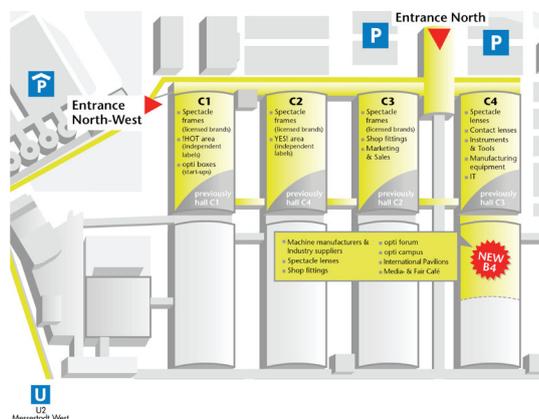
Come [preannunciato](#) durante la scorsa edizione, il salone di Monaco, che il prossimo anno torna in programma nelle tradizionali giornate dal venerdì alla domenica, dal 12 al 14 gennaio, aumenterà la superficie espositiva con l'aggiunta della Hall B4

La novità rappresenta il primo step nell'ulteriore sviluppo di opti, che raggiungerà il suo apice con l'edizione 2019: due nuove hall, C5 e C6, sono infatti attualmente in fase di costruzione presso il quartiere fieristico di Monaco e si prevede saranno completate nell'autunno del prossimo anno. Dal 12 al 14 gennaio 2018 gli espositori avranno, dunque, a disposizione cinque padiglioni anziché quattro per presentare i loro nuovi prodotti. «Questa volta su 45 mila metri quadrati lordi, 5 mila di più che in precedenza», si legge in una nota di Ghm, società organizzatrice del salone bavarese.

L'integrazione di una parte del nuovo padiglione B4 (*nella foto*) a quelli già esistenti porterà ad alcuni adattamenti logistici, ma gli ottici potranno continuare a contare su una struttura chiara e un semplice orientamento. «Il posizionamento degli espositori negli spazi e la divisione per prodotti e categorie rimarrà largamente inalterata, ma ci saranno alcune variazioni», anticipa nel comunicato Bettina Reiter, project manager di opti.

La Hall C1 resterà invariata e ospiterà sempre, tra gli altri, l'area Hot!, dedicata ai marchi indipendenti, così come le opti boxes delle giovani start up e le montature dei marchi in licenza. Nella Hall C2 troveranno posto gli espositori che prima erano nel padiglione C4, i marchi di design dell'area Yes! e, ancora, i brand in licenza. «Avvicinare le aree Hot! e Yes! era un grande desiderio di visitatori ed espositori», aggiunge Reiter. Nella Hall C3 si troveranno gli espositori precedentemente presenti nel C2: montature di marchi in licenza, accessori per negozi, nonché espositori del settore marketing e vendite. Infine, lac, lenti oftalmiche e strumenti occuperanno il padiglione C4.

Venendo dunque al B4, si tratta di un'aggiunta inedita e, nella nuova allocazione, è «l'estensione coerente del futuro C4», sottolinea la project manager di opti. Qui si troveranno altre aziende di lenti oftalmiche, nonché i produttori di macchinari ed espositori dell'area supply, i padiglioni internazionali, tra cui Francia, Cina, Giappone e Corea, e il nuovo spazio dedicato al trasferimento di conoscenze. «Qui i professionisti potranno infatti trovare l'opti forum, con contributi di relatori internazionali, l'opti campus, l'area dedicata alla presentazione della proposta formativa, che nel 2018 sarà estesa anche alle scuole internazionali, e il nuovo Future Shop, con tutte le informazioni sulla digitalizzazione in optometria», conclude la nota.



Scarica gratuitamente la **nuova**  
**APP di b2eyes TODAY**

Disponibile su APP Store e Play Store.

## Essilor: il rientro a scuola si "rinnova"

Da questo mese, alla consueta Promo Junior & Teen si affianca una nuova iniziativa che propone al genitore la possibilità di sostituire l'equipaggiamento a condizioni vantaggiose in caso di necessità



Due sono le azioni che Essilor Italia ha messo in campo per supportare gli ottici partner nel periodo della ripresa delle attività scolastiche e sensibilizzare i genitori sull'importanza di equipaggiare i più piccoli con lenti protettive e di maggior valore aggiunto. La prima è la Promo Junior&Teen, attiva sino al 18 novembre, che resta invariata rispetto agli anni scorsi. «A fronte all'acquisto di una coppia di lenti incluse nella proposta, il centro ottico beneficia di una su due in omaggio e della consegna di uno speciale coupon che offre la possibilità a un membro della famiglia di provare le lenti Essilor, acquistandole a condizioni vantaggiose entro il 31 dicembre 2017», si legge in una nota di Essilor Italia. L'iniziativa quest'anno si arricchisce con il Programma Rinnovo (nella foto, in basso), grazie al quale, per tutta la durata della promo Junior&Teen, il centro ottico può proporre al genitore anche la possibilità di sostituire l'equipaggiamento in caso di necessità: per adeguare le

diottrie delle lenti o in caso di perdita degli occhiali o, ancora, di rottura accidentale dell'occhiale. «La sostituzione potrà essere fatta a condizioni vantaggiose per il centro ottico e per il consumatore entro il 31 agosto 2018, utilizzando la specifica Card Programma Rinnovo», continua il comunicato.

Per supportare la comunicazione in store, Essilor Italia ha realizzato un kit di comunicazione con il claim EssiloveKids (nella foto, in alto) che comprende cartelli da banco, coupon per la seconda coppia e la card per il rinnovo occhiale, oltre a specifico materiale per le attività di marketing locale.

<b>PROMO JUNIOR &amp; TEEN</b> <b>OGGI</b> <b>1 LENTE SU 2 è in OMAGGIO</b>  <b>COUPON DA 55€ per la famiglia</b>	<b>PROGRAMMA RINNOVO</b> <b>DOMANI</b> Proponi lenti protettive e offri la <b>POSSIBILITÀ di RINNOVARLE</b> entro il 31/08/2018 con un <b>EXTRA-SCONTO</b> grazie a Essilor. <small>Crizal PREVENCIA Crizal Kids® Transitions</small>
--	--

## Fedon esce dalla Borsa di Parigi

Con un'assemblea straordinaria Fedon, azienda specializzata in portacchiali, accessori per l'ottica e pelletteria, ha deliberato l'esclusione delle azioni della società dalle negoziazioni sul mercato francese Euronext Paris, dove è quotata dal 1998, con l'obiettivo di mantenerle esclusivamente sul mercato Aim Italia, in cui ha debuttato nel 2014

«L'operazione di de-listing dal mercato francese approvata dall'assemblea straordinaria dei soci non significa in alcun modo che vogliamo rinunciare al percorso intrapreso a Parigi nel 1998, ma è la conseguenza di mutate condizioni di mercato e della nuova strategia di sviluppo del nostro gruppo - commenta in una nota il presidente della Giorgio Fedon & Figli, **Callisto Fedon** - La volontà di ottenere l'esclusione dalle negoziazioni delle azioni dal mercato francese si fonda su valutazioni volte a consentire il miglior perseguimento della nostra strategia: la formazione, nell'interesse degli investitori, di un livello adeguato di volumi di scambio concentrato su un unico mercato, Aim Italia, che appare dare risultati positivi, e il contenimento dei costi di quotazione» (nella foto, Palais Brongniart, sede della Borsa di Parigi).

